

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan**

PT Paramadaksa Teknologi Nusantara (Nexsoft) adalah perusahaan yang didirikan oleh Albert Lee di tahun 1995 di mana membuat perangkat lunak bagi bisnis-bisnis yang bergerak di bidang *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG). Perusahaan ini menerapkan lima prinsip untuk melayani pelanggan, yakni *Customer Focus, Fidelity, Fairness, Integrity, dan Reliability*. Perusahaan ini memiliki pencapaian sebanyak 5.000 lebih pemakai *Sales Force Automation* (SFA), 2.000 lebih pengunduhan sistem, dan menjangkau ke 38 provinsi di Indonesia. Hal ini dikarenakan, Nexsoft memiliki pengalaman dalam bidang *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) selama 30 tahun hingga memiliki empat kategori produk berdasarkan penggunanya, yaitu *NexDistribution Suite*, *NexBizVision Suite*, *GroTailfin Suite*, dan *Distribution Partner Digitalization* (Nexsoft, 2025).

##### **2.1.1 Profil Perusahaan**

Nexsoft merupakan sebuah perusahaan yang membuat perangkat lunak untuk bisnis-bisnis di bidang ritel *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG). Salah satu bisnis ritel yang bergerak di bidang *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) adalah Warung Desa. Selain itu, Nexsoft merupakan bagian dari PT Paramadaksa Teknologi Nusantara. Perusahaan ini beralamat di Scientia Business Park Tower 2, Jl. Boulevard Raya Gading Serpong, Curug Sangereng, Kelapa Dua, Tangerang Regency, Banten 15810 (Nexsoft, 2025).



Gambar 2.1 Logo Nexsoft  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Visi Nexsoft adalah menjadi pencipta teknologi informasi dan mendukung pemilik bisnis ritel di Indonesia untuk berhasil pada perekonomian digital. Misinya adalah menciptakan aplikasi berharga yang dapat mengembangkan efisiensi operasional bisnis di Indonesia dan memberikan teknologi spesialis *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) untuk menggantikan permasalahan operasional dengan keuntungan. Perusahaan ini berpegang teguh kepada lima prinsip dalam melakukan pelayanan. Pertama, *Customer Focus*. Seluruh aksi Nexsoft ditujukan kepada kepuasan dan kebutuhan pelanggan dengan memberikan produk dan jasa yang spesifikasinya dapat dijanjikan, bisa bekerja dengan baik, dan didukung oleh pelayanan *after sales* yang dapat diandalkan. Pelayanan *after sales* merupakan pelayanan yang dimiliki oleh perusahaan di mana pelanggan bisa menyampaikan permasalahannya maupun melakukan klaim setelah melaksanakan aktivitas jual beli. Kedua, *Fidelity*. Salah satu misi Nexsoft sebagai sebuah perusahaan di bidang teknologi adalah melakukan digitalisasi terhadap berbagai macam aktivitas operasional dengan menerapkan teknologi yang sesuai. Solusi yang diberikan oleh perusahaan ini pun dibuat untuk menyesuaikan berbagai pengecualian dengan adanya adaptasi dan ketepatan. Ketiga, *Fairness*. Perusahaan ini memiliki keyakinan bahwa dengan memperlakukan seluruh rekan dan pihak yang berkepentingan secara adil serta menjaga hubungan kerja sama secara berkepanjangan, maka semua orang akan diuntungkan. Keempat, *Integrity*. Perusahaan ini berpegang teguh terhadap integritas tinggi dengan berkomitmen untuk bekerja keras dalam menyelesaikan tantangan dan permasalahan operasional dalam keseharian. Kelima, *Reliability*. Perusahaan ini akan terus membuat serta memperbaiki produk dan jasa yang ditawarkan sebagai rekan bisnis. Caranya adalah dengan menyediakan sumber-sumber yang berlimpah untuk perkembangan dan kompetisi bisnis, sehingga perusahaan ini akan memberikan peralatan operasional bisnis yang bisa diandalkan (Nexsoft, 2025).

Perangkat lunak yang dibuat oleh Nexsoft membantu bisnis untuk melakukan pekerjaan secara otomatis, mengurangi biaya, mempersingkat

waktu penjualan, dan mendominasi pasar. Hal ini bisa dilakukan karena perusahaan ini memasukkan pengalamannya selama tiga puluh tahun pada bidang *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) kepada perangkat lunak yang dibuat. Tidak hanya itu, perangkat lunak tersebut telah diadaptasikan sesuai dengan kebutuhan industri. Maka dengan itu, fitur-fitur pada perangkat lunak Nexsoft memiliki fungsi tersendiri yang dapat mewujudkan hal tersebut. Nexsoft menawarkan penyelesaian permasalahan secara digital dalam mengoptimalkan efisiensi, laba, dan pengendalian bagi bisnis. Nexsoft memiliki beberapa produk yang dikategorikan berdasarkan jenis penggunanya, yaitu *NexDistribution Suite*, *NexBizVision Suite*, *GroTailfin Suite*, dan *Distribution Partner Digitalization* (Nexsoft, 2025).

### **2.1.2 Sejarah Perusahaan**

Nexsoft didirikan oleh Albert Lee pada tahun 1995 dan menjadi perusahaan yang melopori teknologi di bidang *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG). Pada mulanya, Nexsoft menjadi pencipta *Distribution Management System* (DMS) lalu berkembang untuk memberikan teknologi di bidang ritel *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG). *Distribution Management System* (DMS) merupakan peralatan dalam bentuk perangkat lunak di mana bisa mengatur progres pesanan dari penjualan, pembelian, pengelolaan persediaan, dan akuntansi finansial secara menyeluruh. Nexsoft dimulai dengan visi, yaitu mendukung digitalisasi ritel kecil hingga menengah dengan membuat aplikasi yang terdapat teknologi digital yang terbaik dan efisien. Selain itu, perusahaan ini memulai dengan misi untuk memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan adanya peralatan digital. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah bisnis bernilai yang mencapai syarat untuk dijadikan bisnis mikro di mana dipunyai oleh seseorang maupun organisasi bisnis.

Perusahaan ini telah mendukung distributor dan merek di Indonesia selama 30 tahun lebih. Sebanyak 5000 lebih pemakai *Sales Force Automation* (SFA), 2000 lebih pengunduhan sistem, dan telah menjangkau ke 38 provinsi

di Indonesia. Terdapat alasan mengapa sebanyak 2000 lebih pimpinan *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) di Indonesia memilih Nexsoft, salah satunya adalah teknologi yang diciptakan oleh perusahaan ini dibuat untuk bisnis-bisnis di Indonesia. Selain itu, ekosistem yang tersambung pada aplikasi-aplikasi Nexsoft dapat membantu pengguna dalam mengelola data-data antar aplikasi. Tidak hanya itu, tingkat sekuritas yang terjamin dapat mengamankan data-data yang terdapat pada aplikasi tersebut untuk kebutuhan di masa depan. Hal ini menunjukkan bahwa Nexsoft menjadi tulang punggung dari perkembangan ritel *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) di Indonesia (Nexsoft, 2025).

Nexsoft memiliki sejumlah pencapaian selama beberapa puluh tahun ini. Pada tahun 1995, ND95 dirilis. ND yang dimaksud adalah Nex Distribution, yaitu sebuah *Distribution Management System* (DMS) berdasar pada Clipper. Di tahun 1997, Nex Distribution versi 2 dirilis dengan tambahan fitur *General Ledger Interface*, Embalasi, dan *Packing List*. Pada tahun 2001, Nex Distribution versi 3 dirilis dengan menambahkan fitur POS, *Inventory Costing*, Planogram, dan *Interfaces* kepada *Enterprise Resource Planning* (ERP) lain. Di tahun 2008, Nex Distribution versi 4 dirilis dengan fitur tambahan *Fleet Management*. Di tahun 2011, Nex Distribution versi 5 dirilis dengan menambahkan fitur *Salesman Management*. Selain itu, Nexile yang merupakan *Salesforce Automation client* berbasis Android dirilis di tahun yang sama. Pada tahun 2015, Nex Distribution versi 6 dirilis berdasar Java. Tidak hanya itu, Nexile dibuat ulang dan dinamai NexMile. Beberapa tahun kemudian, PT Paramadaksa didirikan pada tahun 2016. Selain itu, ND95 sudah tidak lagi beroperasi. Lalu, Nex Distribution versi 6 Joint-Branch dan NexChief dirilis di tahun 2017. Tidak hanya itu, 2020 menjadi tahun di mana Nexsoft telah merilis Nex Distribution ke-1000.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Nexsoft memiliki beberapa divisi di bawah naungan *Board of Directors* (BoD), salah satunya adalah *Sales and Marketing*. Pada program magang ini, penulis ditempatkan pada divisi *Sales and Marketing* sebagai seorang Designer. Hal

ini dikarenakan penulis memiliki tugas utama, yaitu membuat berbagai jenis media untuk mempromosikan proyek Warung Desa. Berikut merupakan struktur organisasi dari PT Paramadaksa Teknologi Nusantara:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Paramadaksa Teknologi Nusantara  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

### 2.3 Portofolio Perusahaan

Nexsoft memiliki sejumlah produk yang dikategorikan berdasarkan tipe penggunaanya. Pertama, **NexDistribution Suite**. Ini merupakan serangkaian aplikasi yang dibuat untuk menjawab kebutuhan pemegang bisnis distributor dalam ranah finansial dan operasional. Produk-produk yang termasuk ke dalam kategori ini adalah **NexDistribution version 6 (ND6)**, **NexMile**, **NexPOS**, **NexStar**, **Nex Finance**

(NexFin), NexStock, dan NexLog. Kedua, NexBizVision Suite. Ini merupakan sekumpulan aplikasi yang digunakan oleh pemilik merek untuk mendapatkan visibilitas dan pengendalian secara keseluruhan atas bisnisnya. Produk-produk tersebut adalah ND6 Joint-Branch, NexMile, NexChief, NexChief Mobile App, GroMart, dan NexStar. Ketiga, GroTailfin. Ini merupakan aplikasi-aplikasi di mana bisa memberikan pendanaan kepada konsumen, yaitu dengan melakukan kerja sama dengan bank. Produk-produk yang termasuk ke dalam kategori ini adalah Nex Distribution version 6 (ND6), NexMile, NexPOS, dan GroRex. Keempat, Digitalisasi Mitra Distribusi (DMD). Kategori ini terdiri dari beberapa aplikasi yang menyediakan kerja sama Nexsoft dengan merek. Tujuannya adalah untuk membantu grosir dalam melakukan digitalisasi pada ranah operasional dengan diberikannya perangkat keras dan perangkat lunak. Produk-produk tersebut terdiri dari GroPOS, GroMart, NexMile, dan GroCore (Nexsoft, 2025). Berikut merupakan beberapa produk milik Nexsoft:

### 2.3.1 NexMile

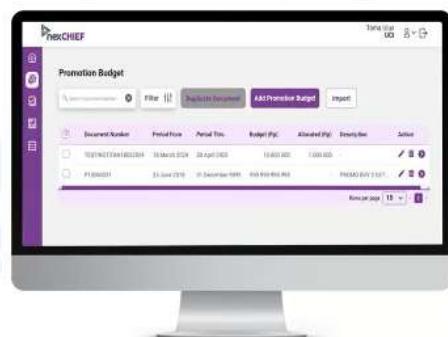
NexMile merupakan sebuah aplikasi berbasis Android yang digunakan untuk mengatur dan meningkatkan produktivitas pada divisi penjualan, seperti menerima pesanan dengan melakukan pemasaran secara langsung. Aplikasi ini termasuk ke dalam kategori NexDistribution Suite, NexBizVision Suite, GroTailfin Suite, dan Digitalisasi Mitra Distribusi (DMD). Terdapat beberapa fitur yang bisa membantu karyawan penjualan dalam memantau performanya, seperti *geotagging*, *multi-modal check in*, *new-product list*, *must-sell list*, dan *salesman dashboard*. Selain itu, terdapat fitur *live PO-processing* di mana distributor bisa memastikan bahwa seluruh pesanan pelanggan dapat dilaksanakan dengan mengembangkan tingkat kinerja pelayanan (Nexsoft, 2025).



Gambar 2.3 Mock-Up Tampilan Aplikasi NexMile  
Sumber: [nexsoft.co.id](http://nexsoft.co.id)

### 2.3.2 NexChief

NexChief adalah aplikasi yang digunakan untuk memantau status penjualan secara langsung, persediaan, dan kinerja pada distributor maupun karyawan penjualan dalam satu platform. Aplikasi ini khusus digunakan oleh pemilik merek atau Principal. NexChief juga memiliki aplikasi versi mobile yang dirancang untuk digunakan oleh Supervisor. Tujuannya adalah untuk mengamati dan memeriksa ulang kinerja karyawan penjualan. Maka dengan itu, aplikasi ini dikategorikan sebagai Nex Distribution Suite (Nexsoft, 2025).



Gambar 2.4 Mockup Dashboard NexChief  
Sumber: [www.nexsoft.co.id](http://www.nexsoft.co.id)

### 2.3.3 NexStar

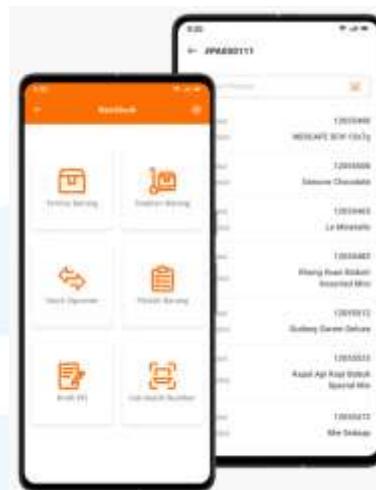
NexStar merupakan sebuah aplikasi yang digunakan untuk memperkuat kemampuan komunikasi karyawan penjualan. Selain itu, aplikasi ini juga dapat mengembangkan efektivitas dan produktivitas secara keseluruhan. Aplikasi ini dikategorikan pada NexDistribution Suite dan NexBizVision Suite (Nexsoft, 2025).



Gambar 2.5 Mockup Aplikasi NexStar  
Sumber: [www.nexsoft.co.id](http://www.nexsoft.co.id)

### 2.3.4 NexStock

NexStock merupakan sebuah aplikasi mobile yang dibuat khusus untuk karyawan gudang dan juga sebagai pendukung untuk aplikasi NexDistribution versi 6 (ND6). Karyawan tidak memerlukan dokumen berbasis kertas untuk menyimpan atau menyimpulkan data karena aplikasi ini bisa menyambungkan data-data tersebut pada aplikasi ND6 dengan menggunakan koneksi Wi-Fi. Aplikasi ini termasuk ke dalam kategori NexDistribution Suite (Nexsoft, 2025).

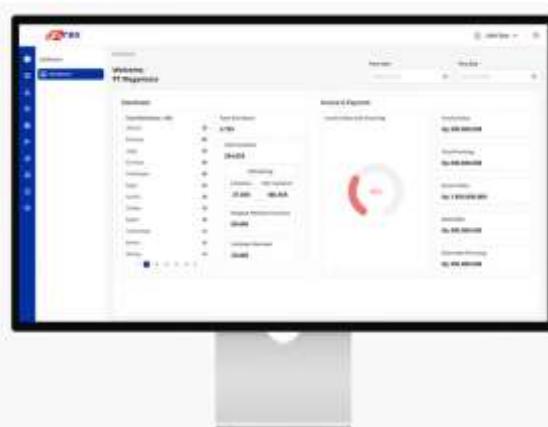


Gambar 2.6 Mockup Aplikasi NexStock

Sumber: [www.nexsoft.co.id](http://www.nexsoft.co.id)

### 2.3.5 GroRex

GroRex merupakan sebuah platform yang menjadi sarana untuk melakukan kerja sama dan berhubungan soal pendanaan bersama pelanggan ritel. Pemberian peminjaman dana hanya berlaku untuk invoice yang terdapat produk tidak berbasis *Cash on Delivery* (COD). Aplikasi ini termasuk ke dalam kategori GroTailfin Suite (Nexsoft, 2025).



Gambar 2.7 Mockup Dashboard GroRex

Sumber: [www.nexsoft.co.id](http://www.nexsoft.co.id)

### 2.3.6 Warung Desa

Warung Desa adalah sebuah usaha yang berbentuk warung atau bentuk gerai lainnya untuk mendukung pengembangan perekonomian masyarakat desa. Cara yang dilakukan adalah menjadi wadah dalam melakukan transaksi jual beli keperluan dasar dan interaksi sehari-hari antar warga desa dengan adanya teknologi informasi untuk digitalisasi desa. Warung Desa mengusung ide untuk memadukan warga desa, pemilik usaha lokal, badan usaha pemerintahan desa, dan beberapa kepentingan untuk menciptakan kesatuan perekonomian yang mampu berjalan sendiri dengan bantuan teknologi. Warung Desa juga memiliki ruang bernama Cafe Desa, di mana masyarakat desa bisa berbincang santai. (Warung Desa, 2025). Dalam program magang ini, penulis ditugaskan untuk ikut serta dalam proyek ini.



Gambar 2.8 Logo Warung Desa

Sumber: Dokumentasi Proyek Warung Desa

Warung Desa memiliki tiga visi misi utama dalam menjalankan proyeknya. Pertama, Desa adalah bagian dasar dari kemerdekaan Indonesia. Pernyataan ini memberikan dorongan bagi desa untuk menciptakan masyarakat yang sejahtera dengan memanfaatkan badan ekonomi desa dan sumber daya desa. Harapannya adalah Warung Desa bisa membantu desa dalam mewujudkan kesejahteraan tersebut. Kedua, Desa merupakan bentuk

penguatan dan penerangan Indonesia. Konsep Warung Desa adalah mengikutsertakan desa secara iklusivitas dalam melakukan aksi nyata untuk menjadikan desa yang berkembang dan dapat menjalankan perannya sendiri. Tentunya, hal ini bisa terwujud dengan adanya aksi dari masyarakat, tokoh, dan badan ekonomi desa. Warung Desa mengajak desa dalam mempraktikkan pelayanan perekonomian dengan adanya sistem teknologi dan distribusi. Ketiga, Desa memerlukan persediaan dan permintaan dikarenakan jumlahnya yang mencapai 75.625 di Indonesia. Masyarakat desa membutuhkan promosi atas sumber daya desa yang dihasilkan, sedangkan mereka juga membutuhkan berbagai sumber daya yang belum tersedia di desa. Maka dengan itu, Warung Desa membuat kerja sama ekonomi yang kokoh dengan koneksi persediaan bahan dasar yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut (Warung Desa, 2025). Berikut merupakan foto dari toko Warung Desa yang terletak di Babakan Asem, Teluknaga.



Gambar 2.9 Toko Warung Desa  
Sumber: Instagram Warung Desa

Terdapat beberapa alasan mengapa Warung Desa dapat menjadi desa yang berkembang dan sejahtera secara perekonomian. Pertama, ekonomis dan dapat dicapai. Warung Desa bisa dibuat dengan biaya yang lebih efisien dan dapat dicapai. Selain itu, warung ini dapat didirikan oleh berbagai tipe orang dan harga pada barang-barang yang dijual tergolong lebih ekonomis. Kedua, laba yang pasti. Jenis bisnis ini sudah melalui

percobaan sesuai standar, sehingga bisa mendapatkan laba secara berkepanjangan Ketiga, sumber daya manusia yang dipercaya dan sistem teknologi yang berkembang. Sumber daya manusia pada Warung Desa akan diperoleh dari desa itu sendiri dan menerima pelatihan hingga mencapai standar. Tidak hanya itu, terdapat teknologi nirkabel pada Warung Desa yang bekerja selama 24 jam untuk melayani masyarakat. Keempat, peluang yang sama. Warung Desa memberikan peluang kepada berbagai pihak, seperti pemilik usaha perorangan dan badan ekonomi desa untuk bergabung ke dalam Warung Desa. Kelima, penguatan ekonomi. Warung Desa berjanji untuk menguatkan bisnis lokal desa dengan standarisasi PT Warung Desa Indonesia. Keenam, adaptif dan berkembang. Tidak semua toko Warung Desa di Indonesia harus memiliki spesifikasi yang sama, selama memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh PT Warung Desa Indonesia Maju. Ketujuh, terhubung dan bersatu. Warung Desa menghubungkan pabrik, supplier, importir barang, dan produk lokal desa pada satu ekosistem produk yang bermutu, harga yang terjangkau, dan mudah ditemui. Kedelapan, hubungan sosial. Dengan adanya Cafe dan Warung Desa, masyarakat dapat memanfaatkan tempat tersebut untuk saling berinteraksi (Warung Desa, 2025).



Gambar 2.10 Halaman Beranda Situs Warung Desa  
Sumber: [www.warungdesa.co.id](http://www.warungdesa.co.id)

Warung Desa memiliki sebuah situs resmi yang berdomain [www.warungdesa.co.id](http://www.warungdesa.co.id). Warna-warna yang digunakan pada situs ini sesuai

dengan warna pada logonya, yaitu kuning, biru, dan merah. Informasi-informasi yang dapat ditemukan pada situs ini adalah penjelasan lengkap, visi dan misi, keunggulan, serta pernyataan seputar Warung Desa. Jika ada yang tertarik untuk bekerja sama dengan Warung Desa, terdapat langkah-langkah yang dapat diikuti berdasarkan tipe pendaftar yang disertai dengan syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pihak tersebut. Terdapat juga bagian di mana berita-berita terbaru seputar Warung Desa ditampilkan dan juga beberapa kontak yang bisa dihubungi untuk informasi lebih lanjut (Warung Desa, 2025).

